



Ograničenja izazvana pandemijom isprovocirala su kreativce za pokretanje novih projekata. Jedan od njih bio je foto konkurs Turističke organizacije Novog Sada - „ZIMSKA FANTAZIJA U NOVOM SADU - BIRAMO NAJLEPŠE ZIMSKE FOTOGRAFIJE“, koji je privukao preko 130 autora sa oko 400 fotografija grada. Pravo učešća imali su profesionalci i amateri, Novosađani i oni koji su ovaj grad fotografijom ovekovačili za uspomenu u poslednje dve godine, čime je konkurs dobio na masovnosti i raznovrsnosti.

- U nemogućnosti da sprovedemo neku od klasičnih kampanja, tokom novembra i decembra izneli smo predlog da aktiviramo ljude kroz kreativnu animaciju, a pri tom dobijemo neke interesantne fotografije uz atraktivnu promociju grada. Odziv nas je prijatno iznenadio i zbog toga, osim najavljenih nagrada za prvih šesnaest učesnika i četiri poklon paketa TONS-a, mi smo odlučili da poklon pakete dodelimo svim učesnicima. U zavisnosti od situacije biće sprovedena i izložba, a meni ova uspešna akcija daje ideju da je uvrstimo u kalendar tradicionalnih, što otvara brojne mogućnosti - objasnio je gospodin Branislav Knežević, direktor TONS-a.

Predajući nagradu prvonagrađenoj studentkinji iz Novog Sada, Aleksandri Popović, gospodin Knežević je istakao važnost fotografije označivši je ključnom za turističku promociju.

- Ma koliko pričali, hvalili, samo se fotografiji veruje. Vlada prava jagma za fotografijama, koje moraju biti „sveže“, jer se grad, poput živog organizama menja na nedeljnom, čak dnevnom nivou. Dolaskom novih tehnologija mislilo se da je došao kraj foto ere, ali se fotografija vratila u punom obimu zahteva za korišćenje. U smislu turizma fotografija je primarna, a tekst je prateći, jer bez dobre fotografije koja će privući čitaoca, samo malobrojni će čitati napisano - rekao je direktor, i podsetio da je 2021. Novi Sad izborio za pravo Evropske prestonice kulture, koja je zbog objektivnih razloga izmeštena u sledeću godinu.

Za TONS to nije razlog za predah. U toku su obilne pripreme za očekivani povratak putovanja, koja će se po nekim procenama, vratiti u toku naredne godine - dve.

- Za TONS je priča Evropske prestonice kulture veliki adut da u pozivnicama za sledeću godinu što veći broj turista vratimo u naš grad i postignemo nivo iz 2019. Ove godine promovisaćemo grad kod domaćih turista i u regionu, slede kampanje ka međunarodnim tržištima. Predstoji kampanja putem Tripadvisor-a, targetiraćemo zemlje sa kojim smo povezani direktnim letovima. Pre svega imamo odgovornost prema turističkim agencijama, hotelima, vodičima, kojima moramo da pomognemo da što pre stanu na noge - obrazložio je naš sagovornik.

Kako stvari stoje, pomeranje titule Evropske prestonice kulture je sjajan izgovor da se zastoj iz 2020 lakše i brže eliminiše. U periodu april - maj TONS pokreće veliku promotivnu kampanju od koje očekuje velike rezultate.

